

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Proses penelitian ini diawali dengan melakukan kegiatan pra-survei yang disebarakan kepada para responden melalui google formulir, melakukan perumusan masalah dan pengumpulan berbagai teori dasar untuk memperkuat landasan dari setiap variabel, serta penentuan teknik hingga teknik pengujian yang dilakukan. Keseluruhan proses dimulai sejak bulan April 2024 sampai Februari 2025. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang produk Kopi Jago di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan desain penelitian deskriptif kausal. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kausal adalah penelitian yang mempelajari hubungan sebab-akibat. Dalam konteks penelitian ini, terdapat variabel dependen (yang dipengaruhi) dan variabel independen (yang mempengaruhi). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli Ulang. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab-akibat.

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

1. Kualitas Pelayanan (X3)

Menurut Tjiptono dan Sunyoto (2012) dalam Anendra, Angel Putri Yuki et al (2024), mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku

di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

a. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variable bebas. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel dependen, yaitu Minat Beli Ulang. Menurut Kotler & Keller (2009) dalam Cahyaningtyas, Refanda Putri et al (2024), *repurchase intention* atau minat pembelian ulang merupakan kegiatan pembelian secara berulang dalam jangka waktu tertentu dan secara aktif menyukai serta memiliki sikap positif pada suatu produk barang atau jasa, berdasarkan pada pengalaman masa lampau.

2. Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah suatu dimensi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2019). Maka operasionalisasi variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Persepsi Harga (X1) menurut Fandy Tjiptono (2019)	Keterjangkauan harga	1. Harga dapat dijangkau oleh siapa saja. 2. Harga terjangkau sesuai dengan pendapatan.	Ordinal
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Harga sesuai dengan kualitas produk. 2. Harga sesuai dengan model yang diberikan.	
	Daya saing harga	1. Harga bersaing dengan produk lain. 2. Harga lebih murah.	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Harga sesuai dengan manfaat yang diberikan. 2. Harga sesuai dengan harapan.	
Lokasi (X2) Menurut Fandi Tjiptono (2016, hlm. 15)	Akses	Kemudahan lokasi untuk dijangkau	Ordinal
	Visibilitas	1. Lokasi usaha mudah dikenali. 2. Lokasi usaha dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.	
	Lalu lintas	Banyak orang berlalu lalang di sekitar lokasi usaha.	
	Lingkungan	Lokasi usaha berada di sekitar area yang potensial untuk mendukung penjualan produk.	
	Kompetisi	Banyak pesaing produk serupa di sekitar lokasi usaha.	

Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X3) Menurut Tjiptono (2014)	Reliabilitas	1. Kemampuan melayani sangat memuaskan. 2. Standar prosedur pelayanan yang baik.	Ordinal
	Daya tanggap	1. Respons yang diberikan penjual kepada pembeli sangat baik. 2. Sangat berhati-hati dalam melayani.	
	Jaminan	. Adanya layanan kritik dan saran yang disediakan secara langsung di lokasi . Tidak membuat kesalahan pesanan.	
	Empati	1. Penjual menanggapi keluhan yang diberikan oleh pembeli. 2. Penjual memberikan solusi dalam sebuah masalah.	
	Bukti fisik	1. Kenyamanan tempat. 2. Kebersihan tempat.	
Minat Beli Ulang Menurut Ananda Arya dan Sudrajat Ajat (2022)	Minat transaksional	1. Rasa senang dalam membeli. 2. Mempertimbangkan merek	Ordinal
	Minat referensial.	1. Merekomendasikan produk 2. Menginformasikan produk	
	Minat preferensial	1. Kepuasan terhadap produk tersebut. 2. Ketertarikan terhadap produk tersebut.	

D. Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2019, hlm. 152), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Penggunaan skala likert yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala ini menggunakan ukuran ordinal yaitu angka mengandung pengertian tingkatan. Ukuran ini tidak memberikan nilai absolut terhadap objek tetapi hanya memberikan ranking dari objek terkecil diberi angka 1 dan seterusnya, seperti.

Tabel 3. 2 Skala Likert (Ordinal)

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) mengatakan bahwa, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh

karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah adalah seluruh konsumen dari berbagai kalangan usia yang pernah membeli produk Kopi Jago minimal satu kali di berbagai titik penjualan di Jakarta.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan tenaga, dana, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili). Pada penelitian ini teknik penentuan sampel yang digunakan adalah penelitian *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu karena penulis mengetahui bahwa tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Adapun kriteria responden yang dijadikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Konsumen yang pernah membeli produk Kopi Jago minimal satu kali.
- 2) Kelompok usia pelajar dan mahasiswa/i pada tahun 2024 (Generasi Z) di Jakarta.

Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan teori Hair et al. (2014) sebagaimana dikutip dalam Wati (2018) menyatakan bahwa ukuran sampel pada analisis SEM bergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Sampel didapat dari 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi. Sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah indikator pertanyaan yang akan di analisis. Berdasarkan penjelasan tersebut maka penulis menetapkan jumlah sampel sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Perhitungan Sampel Penelitian

Sampel
Jumlah indikator \times 5 $30 \times 5 = 150$

Sumber: Hair et al. (2014)

Berdasarkan tabel di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 responden.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu metode pengumpulan dengan melalui daftar pernyataan yang disebarkan kepada responden yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian. Media yang digunakan untuk pembuatan kuesioner adalah google formulir.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang dilakukan adalah membaca berbagai buku dan karya ilmiah baik dalam bentuk fisik maupun non-fisik yang mempunyai hubungan dengan penelitian dan teori-teori para ahli yang berkaitan dengan judul penelitian.

G. Metode Analisis Data

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang secara khusus difokuskan untuk merespons perumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Proses analisis data melibatkan pengumpulan variabel, identifikasi jenis responden, penyajian data untuk setiap variabel yang sedang diteliti, serta pelaksanaan perhitungan untuk menanggapi perumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah disusun.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) atau Model Persamaan Struktural Berbasis Komponen atau Varians. PLS merupakan model alternatif dari SEM berbasis kovarian. PLS digunakan untuk mengonfirmasi teori dan menjelaskan hubungan antara variabel laten.

Menurut Ghazali (2021), PLS adalah metode analisis yang sangat kuat karena tidak bergantung pada banyak asumsi, data tidak harus memiliki distribusi normal, dan sampel tidak harus besar. Dalam penelitian ini, digunakan program *Partial Least Square* (PLS) versi 4.0 PLS untuk mengolah data.

Penelitian ini tentunya bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel penelitian yaitu Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Kopi Jago. Oleh karena itu, penelitian ini membutuhkan indikator dan model pengukuran yang terstruktur menggunakan PLS.

Berikut langkah - langkah pengujian yang akan dilakukan:

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sutisna (2020) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada statistik deskriptif, terdapat cara-cara penyajian data dengan tabel maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, *pictogram*, modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, dan perhitungan presentase.

Hal ini ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai gambaran mengenai responden penelitian dan gambaran tentang variabel – variabel penelitian yang ingin diteliti.

a. Deskripsi Responden

- Jenis Kelamin
- Domisili
- Umur

- Profesi
- Pernah membeli Kopi Jago minimal satu kali

b. Deskripsi Variabel

Penelitian ini memiliki variabel yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum yang menggambarkan hal yang berkaitan dengan jawaban ataupun tanggapan responden. Hal ini akan dikelompokkan oleh peneliti menggunakan statistik deskriptif.

2. Uji Instrumen

Dalam sebuah penelitian, pengujian validitas instrumen adalah aspek yang sangat penting (Mauludi, 2024). Hal ini disebabkan karena pengujian instrumen bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur dan memastikan bahwa hasilnya relevan dengan data yang dikumpulkan pada awal penelitian. Pengujian instrumen mengacu pada sejauh mana instrumen pengukuran secara tepat mengukur variabel yang telah ditentukan dan seberapa akurat hasil pengukurannya dapat mencerminkan konsep yang diukur. Oleh karena itu, jawaban dari setiap responden memiliki pengaruh besar terhadap validitas instrumen tersebut.

3. Analisis *Partial Least Square (PLS)*

a. Pengertian *Partial Least Square (PLS)*

Menurut Ghozali (2021), *Partial Least Square (PLS)* adalah metode analisis yang sangat kuat dan sering disebut sebagai *soft modeling*. Hal ini karena PLS tidak memerlukan asumsi-asumsi regresi OLS (Ordinary Least Square), seperti data harus terdistribusi normal secara multivariat dan tidak

adanya masalah multikolinearitas antara variabel eksogen. Meskipun PLS digunakan untuk menjelaskan adanya atau tidaknya hubungan antara variabel laten (prediksi), PLS juga dapat digunakan untuk mengonfirmasi teori. *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah metode analisis data multivariat yang bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antara variabel yang teramati dan laten. Dalam penelitian ini, digunakan model *Partial Least Squares SEM* (PLS-SEM).

Metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang digunakan merupakan metode non-parametrik yang tidak memerlukan asumsi distribusi data. Berikut sub-model yang dipakai:

b. Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran ini sering disebut sebagai validitas konstruk. Dalam model ini, terdapat dua jenis validitas yang diuji, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Salah satu cara untuk menguji validitas konstruk adalah dengan memeriksa adanya korelasi yang kuat antara konstruk dan item pertanyaan, serta hubungan yang lemah dengan variabel lainnya.

Pengujian yang dilakukan meliputi:

a. Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Validitas konvergen dalam model reflektif berkaitan dengan prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk seharusnya memiliki korelasi tinggi. Indikator dinilai berdasarkan korelasi antara skor item dengan skor konstruk yang dihitung menggunakan PLS yang dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstruk. Menurut Ghozali (2021), aturan umum untuk uji validitas

konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.70 untuk penelitian konfirmatori, dan nilai *loading factor* antara 0.6-0.7 masih dapat diterima untuk penelitian eksploratori. *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.5. Namun demikian, untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai *loading factor* 0.5-0.6 masih dianggap cukup (Ghozali, 2021:71).

Tabel 3. 4
Rule of Thumb Validity Outer Model Reflective

<i>Validity</i>	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
<i>VConvergent</i>	<i>Loading factor</i>	>0,5
	<i>AVE</i>	>0,5

Sumber: *Partial Least Square* Ghozali (2021)

b. Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Menurut Ghozali (2021), validitas diskriminan terkait dengan prinsip bahwa pengukur dari konstruk yang berbeda (Variabel manifest) seharusnya tidak memiliki korelasi yang tinggi. Pengujian validitas diskriminan menggunakan indikator reflektif, dapat dilihat dari nilai *cross loading*, yang seharusnya lebih besar dari 0.70 untuk setiap variabel. Metode lain adalah dengan membandingkan nilai *Square Root Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE dari setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka konstruk tersebut memiliki validitas diskriminan yang baik (Ghozali, 2021). Selain itu, validitas diskriminan juga dapat dilihat melalui nilai matriks *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT).

c. Uji Reliabilitas: *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Reliabilitas dari model luar diukur menggunakan *composite reliability*. *Composite reliability* menunjukkan nilai batas yang dapat diterima, tingkat reliabilitas komposit yang baik adalah lebih besar dari 0.7, meskipun ini bukan merupakan

standar absolut. Nilai *Cronbach's Alpha* sebaiknya lebih besar dari 0.6 (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model luar dengan indikator reflektif sebagai berikut:

Indikator reflektif ini memiliki ciri-ciri arah hubungan kausalitas dari variabel laten ke indikator. Antar indikator diharapkan saling berkorelasi (instrumen harus memiliki konsistensi reliabilitas). Menghilangkan satu indikator tidak akan mengubah makna dan arti variabel yang diukur dan kesalahan pengukuran terjadi pada tingkat indikator.

Tabel 3. 5
Rule of Thumb Validity Outer Model Reflective

<i>Validity</i>	<i>Parameter</i>	<i>Rule of Thumb</i>
<i>Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0,7
	<i>Composite Reliability</i>	>0,7

Sumber: *Partial Least Square* Ghozali (2021)

c. **Model Struktural (Inner Model)**

Dalam mengevaluasi model struktural, dilakukan beberapa pengujian seperti uji multikolinearitas, pengujian hipotesis, uji koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance* (Q^2), dan *effect size* (f^2). Berikut penjelasannya:

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Penilaian model struktural dimulai dengan melihat nilai R^2 untuk setiap variabel endogen sebagai ukuran kekuatan prediksi model struktural. Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk menentukan apakah variabel laten endogen memiliki pengaruh yang substansial. Menurut Ghozali (2021), nilai R^2 0.75, 0.50, dan 0.25 masing-masing menunjukkan model yang kuat, moderat, dan lemah. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik kemampuan prediktif model penelitian yang diajukan.

b. *Predictive Relevance* (Q^2)

Penilaian model struktural juga dimulai dengan melihat nilai Q^2 untuk setiap variabel endogen sebagai ukuran kekuatan prediksi model struktural. Perubahan

nilai Q^2 dapat digunakan untuk menentukan apakah variabel laten endogen memiliki pengaruh yang substansial. Menurut Ghazali (2021), menjelaskan bahwa nilai $Q^2 > 0$ maka memiliki *predictive relevance* terhadap model konstruk endogen tertentu. Sedangkan $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

c. *Effect Size* (f^2)

Effect size digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh parsial dari setiap variabel prediktor terhadap variabel endogen. Menurut Ghazali (2021), besaran *effect size* diukur dengan nilai 0.02, 0.15, dan 0.35 yang masing-masing menunjukkan pengaruh kecil, sedang, dan besar.

d. Uji Multikolinearitas (*Variance Inflation Factor*)

Uji multikolinearitas menurut Ghazali (2021:157) bertujuan untuk memastikan ada tidaknya hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen yang digunakan dalam model regresi. Variabel tidak dapat dikatakan ortogonal jika terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi multikolinearitas, dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Nilai multikolinearitas yang dapat mengganggu hasil penelitian adalah tolerance yang lebih kecil dari 0.1 dan nilai VIF yang lebih besar dari 10 (Hair et al., 2014).

e. Hasil Pengujian Hipotesis (Path Coefficients)

Pengujian hipotesis dilihat dari besarnya nilai t-statistik. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi penting mengenai pengaruh antar variabel. Uji hipotesis untuk outer model dengan indikator reflektif dilakukan dengan melihat nilai *t-value outer loading* dan membandingkannya dengan nilai *t-table* = 1.65 (one-tailed). Jika *t-value* lebih besar dari *t-table*, maka indikator reflektif valid

dan reliabel sebagai pengukur konstruk, sehingga variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen.

Tabel 3. 6
Kriteria Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

	Nilai Minimal
<i>R-Square (R²)</i>	0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan model kuat, moderat dan lemah.
<i>Predictive Relevance (Q²)</i>	Q ² > 0 menunjukkan model mempunyai <i>predictive relevance</i> dan jika Q ² < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i> .
<i>Effect Size (F²)</i>	0.02, 0.15 dan 0.35 (Kecil, moderat, besar)
Signifikansi (one-tailed)	<i>T- statistic</i> > 1,65 (<i>significance level</i> = 5%)

Sumber: *Partial Least Square* Ghozali (2021).

